



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research  
Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024 Page 8949-8964  
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246  
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Cat Tembok Avian pada PT. Makmur Abadi di Kota Sorong

Lili Sarce Joi Sapari<sup>1✉</sup>, Edward Clan<sup>2</sup>, Rofinus Sasefa<sup>3</sup>

Universitas Kristen Papua

Email: [lilisapari79@gmail.com](mailto:lilisapari79@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian Cat Tembok Avian pada PT. Makmur Abadi di Kota Sorong. Teknik analisis yang digunakan yakni regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh adalah 1) Untuk hipotesis pertama (H1) karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,222 > 1,99167$ ) dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka ada pengaruh X1 (Kualitas produk) terhadap Keputusan membeli cat tembok; 2) Sedangkan hipotesis ke 2 (H2) karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,652 < 1,99167$ ) dan nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak ada pengaruh X2 (Harga) terhadap keputusan pembelian cat tembok; 3) uji F diatas dapat dilihat bahwa  $F_{hitung} 31,847 > F_{tabel} 2,72$  maka terdapat pengaruh X1 (kualitas produk) dan X2 (harga) secara simultan bersama-sama terhadap Y (Keputusan pembelian), dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis ketiga di terima.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian*

## Abstract

This research aims to determine the influence of product quality (X1) and price (X2) variables on purchasing decisions for Avian Wall Paint at PT. Eternal Prosperity in Sorong City. The analysis technique used is multiple linear regression. The results obtained are 1) For the first hypothesis (H1) because  $t$  count  $>$   $t$  table ( $7.222 > 1.99167$ ) and the significance value  $<$   $0.05$ , there is an influence of X1 (product quality) on the decision to buy wall paint; 2) Meanwhile, the second hypothesis (H2) is that because  $t$  count  $<$   $t$  table ( $-0.652 < 1.99167$ ) and the significance value is  $>$   $0.05$ , there is no influence of X2 (price) on the decision to purchase wall paint; 3) The F test above can be seen that F count is  $31,847 >$  F table  $2.72$ , so there is an influence of X1 (product quality) and third accepted.

Keywords: *Product Quality, Price, Purchasing Decisions*

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis masa kini, berpengaruh besar terhadap meningkatnya pola saing antar bisnis/usaha. Suatu usaha dapat diminati konsumen, ketika usaha tersebut memiliki dan menetapkan tujuan yang baik untuk menghasilkan keuntungan-keuntungan maksimal. Dimana dengan keuntungan itu, tentunya menjadi alat bantu dalam pembiayaan proses operasional usaha/bisnis tersebut.

Supaya tujuan yang telah disepakati dicapai dengan baik, maka diperlukan usaha yang maksimal dari para pelaku usaha/bisnis. Menindak lanjuti hal tersebut, maka sangat penting bagi suatu usaha/bisnis untuk menganalisis lebih jauh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli, menyangkut produk yang dibutuhkan, sehingga usaha/bisnis tersebut mampu mengembangkan produk yang akan dijual disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Kegiatan penjualan tentunya membutuhkan suatu strategi. Strategi ini tentu harus mampu memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan yaitu peningkatan penjualan. Penjualan adalah pengalihan barang yang menjadi hak milik dan sebagai gantinya dengan imbalan uang sesuai dengan persetujuan penyerahan barang kepada pihak lain dengan menerima pembayaran, keberhasilan usaha penjualan dapat dilihat dari volume penjualan yang didapat. Kesuksesan suatu perusahaan ditentukan oleh penjualan, oleh sebab itu fungsi penjualan dapat dikatakan sebagai *top function* dari pada usaha dimana ditentukan selisih antara *input dan output*.

Salah satu produk yang ditawarkan dunia usaha saat ini adalah cat tembok yang sangat kompetatif menjadi tantangan bagi setiap perusahaan sehingga perusahaan harus lebih tanggap menyikapi kondisi yang berkembang saat ini. Perkembangan yang pesat dan persaingan menuntut produsen untuk peka terhadap keinginan konsumen. Sebelum

perusahaan memahami keinginan konsumen, maka perusahaan harus mengenal terlebih dahulu perilaku konsumen tersebut. Konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang digunakan seperti kualitas produk dan nilai manfaat yang didapatkan dari produk. Supaya konsumen setia menggunakan produk, produsen sebagai pencipta barang akan selalu berusaha meningkatkan kepuasan konsumen dengan tetap menjaga kualitas produk yang ditawarkan dan berinovasi dengan produk baru karena kebutuhan konsumen yang berbeda-beda.

Cat merupakan salah satu produk yang dibutuhkan konsumen untuk pengecatan dinding rumah. Karena itu produsen memproduksi cat yang berkualitas sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen agar konsumen merasa puas. Setiap perusahaan harus mampu menjaga hubungan erat dengan karyawan, perlu komunikasi yang baik dengan perencanaan produksi dan bagian pemasaran yang memberikan saran serta informasi tentang kebutuhan konsumen dan permintaan pasar akan mempengaruhi kinerja perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen.

Perusahaan produsen cat tembok terkemuka di Indonesia yaitu PT. Avia Avian yang merupakan salah satu produsen cat tembok yang menerapkan system terintegrasi dalam setiap tahap produksinya. Perusahaan PT. Avia Avian grup terdiri dari PT Mitra Mulia Makmur, PT. Panca Kalsiumindo Perkasa dan PT. Tirtakencana Tatawarna.

Harga jual produk dari suatu perusahaan yang menentukan untuk membeli tidaknya produk yang ditawarkan. Selain itu juga harga produk juga menentukan tingkat penjualan sekaligus dapat dijadikan tolak ukur laku tidaknya suatu barang yang dipasarkan. Penelitian ini menguji pengaruh harga jual terhadap volume penjualan, tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan data yang sah apakah terdapat pengaruh antara harga jual terhadap volume penjualan.

Harga menentukan berapa banyak keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari menjual produknya dalam bentuk barang dan jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, tetapi jika harganya terlalu rendah akan mengurangi manfaat yang akan diperoleh oleh organisasi (Brata ; Husani; 2017).

Aktivitas menjual merupakan faktor terpenting dalam suatu kegiatan perdagangan karena penjualan merupakan aktifitas yang menjadi ujung tombak apakah perusahaan berjalan dengan lancar dan mendapatkan keuntungan atau sebaliknya. Faktor yang mempengaruhi penjualan yaitu Produk, harga, distribusi dan pesaing merupakan variabel-variabel yang mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan, semakin banyak perusahaan-perusahaan sejenis menawarkan jenis-jenis

produk dengan berbagai alternatif yang dapat dipertimbangkan oleh industri maka kondisi ini harus diperhatikan oleh perusahaan. Pengembangan produk yang bervariasi dengan jaminan mutu kualitasnya, membuat harapan terhadap minat konsumen untuk mengkonsumsinya dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup para konsumen.

Keputusan membeli merupakan proses konsumen dalam memilih dan mengevaluasi produk dari berbagai informasi sesuai dengan kebutuhan yang ingin dicapai konsumen. Dengan demikian konsumen dapat memantapkan untuk membeli setelah mengetahui kualitas produk yang diminati, kesesuaian produk berdasarkan keinginan dan kebutuhan, kelengkapan produk dan kesesuaian harga.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penulisan ini akan digunakan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh dilapangan berupa data kuantitatif menurut Sugiyono, merupakan data yang diolah dari hasil penelitian berbentuk angka, dimana pendekatan kuantitatif yaitu perolehan data dari berbagai sumber informasi yang ada relevansi dengan permasalahan yang diteliti dan berhubungan dengan pembuktian konsep/teori yang digunakan (Sugiyono, 2018)

### Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut Sugiono Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian di atas. Maka yang akan dijadikan populasi dalam penelitian adalah pelanggan PT. Makmur Abadi Kota Sorong sebagai Konsumen yang berjumlah 385 orang.

Tabel 1 Jumlah Pembeli Juni- Agustus 2023

No	Bulan	Jumlah pelanggan
1	Juni	120
2	Juli	125
3	Agustus	140
Total		385

Sumber Data: PT. Makmur Abadi Sorong

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *sampling insidental*. Menurut Sugiyono *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. dengan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

dimana :

n = Jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = presentase kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolelir (ketidaktelitian), dalam penelitian ini, N = 385 dan e = 10% maka :

$$n = \frac{385}{1+385(10\%)^2} = \frac{385}{1+385(0.1)^2} = \frac{385}{1+385(0.01)}$$

n = 79

## Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

#### a. Data Primer

Data yang diperoleh dari hasil penelitian dilapangan, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data ini diperoleh melalui kuisisioner yang diberikan kepada responden.

b. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui laporan-laporan, buku-buku referensi, jurnal-jurnal menjadi fokus penelitian.

### 2. Sumber Data

#### a. *Field research*

Penelitian lapangan, studi lapangan adalah pengumpulan data mentah di luar laboratorium, perpustakaan pengaturan atau tempat kerja.

### *b. Library research*

Pengumpulan data melalui studi kepustakaan dan buku referensi yang digunakan serta laporan-laporan yang berkaitan dengan masalah penelitian.

#### Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang berkaitan erat dengan apa yang dibahas dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Kepustakaan; Kepustakaan adalah metode untuk mendapatkan data yang relevan dengan jalan melakukan tinjauan-tinjauan kepustakaan yaitu dengan menggunakan literatur dan bahan bacaan lainnya yang berhubungan dengan penulisan ini.
2. Wawancara; Salah satu teknik dalam pengumpulan data yang biasa dilakukan dalam penelitian ilmiah. Pelaksanaan wawancara dapat dilakukan secara langsung kepada informan yang dituju atau dapat memberikan daftar pertanyaan yang harus dijawab pada kesempatan lain.
3. Observasi/ Pengamatan; Serangkaian kegiatan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat, memperhatikan secara cermat dan teliti dari sebuah fenomena yang dapat dijadikan data untuk memberikan suatu penjelasan terhadap fenomena yang akan diteliti.
4. Kuisisioner; teknik pengumpulan data dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden baik secara tertulis maupun peneliti membantu menuliskan jawaban responden. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dapat mengukur sikap, pendapat, persepsi atau masalah yang perlu dijawab oleh responden. Penilaian *skala likert* yaitu: sangat setuju bobot nilai 5, setuju bobot nilai 4, kurang setuju bobot nilai 3, tidak setuju bobot nilai 2, sangat tidak setuju bobot nilai 1.

#### Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisa *kuantitatif*, yaitu dengan menggabungkan data yang di kumpulkan dari hasil penelitian di lapangan serta segala informasi yang di teima dari orang serta literatur-literatur yang ada, kemudian di lakukan analisis *Kuantitatif* berdasarkan penafsiran-penafsiran sesuai bukti yang ada guna menjawab permasalahan yang ada. Sehubungan dengan itu Moh. Nasir mengatakan bahwa: Hasil Analisa data sangat penting dalam metode ilmiah karena data yang analisa mempunyai makna guna dapat memberikan pemecahan terhadap masalah penelitian, pengumpulan data mentah perlu dipecah-pecahkan dalam kelompok-kelompok. Diadakan kategori, hasil analisa data

bermakna guna dapat memecahkan masalah hipotesa dapat terjawab (Nazir, 2011). Untuk menganalisa data dapat menggunakan:

1. Uji Validitas; Validitas instrument penelitian yaitu ditinjau dari dua segi yaitu validitas isi dan validitas butir, Yaitu :
  - a) Uji Validitas Isi; Validitas isi instrument ini didasarkan pada kisi-kisi yang telah dibuat. Instrument yang telah disusun dikonsultasikan dengan para pembimbing yang memiliki kemampuan, wawasan dan bidang keilmuan untuk memberikan penilaian.
  - b) Uji Validitas Butir; Uji ini untuk menyatakan layak atau tidak butir-butir pertanyaan pada kuesioner. Validnya instrument dimana alat ukur pada data mampu mengukur apa yang dapat digunakan dan seharusnya diukur. Rumus yang digunakan yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi Pearson antar item yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan.

X = Jumlah nilai total

Y = Jumlah nilai butir

n = Jumlah responden dalam uji coba instrument.

## 2. *Reliabilitas*

Uji ini untuk mengukur konsisten hasil pengukuran jika dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala dan alat ukur yang sama. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu. *Reliable* artinya, dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan tehknik *alpha cronbach*, dimana reliabilitas instrument dianggap andal jika memiliki koefisien reliabilitas  $\geq 0,5$  (lebih besar atau sama dengan 0,5). Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan pengukuran ini dipercayai atau dapat diandalkan dalam penelitian ini. Menghitung koefisien r untuk uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha* sebagai berikut :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{ii}$  = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir soal

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma_i^2$  = Varian total

### 3. Analisa Regresi Linear Berganda

Ghozali (Ghozali, 2010) mengatakan bahwa analisis mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian untuk menganalisa ada tidaknya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian PT. Makmur Abadi Kota Sorong, dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Bilangan Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Kualitas produk

$X_2$  = Harga.

### 4. Uji t –test

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh bebas terhadap variabel terikat, pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai  $t_{tabel}$  dengan nilai  $t_{hitung}$ . Apabila nilai  $t_{hitung} > nilai t_{tabel}$  maka variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya jika nilai  $t_{hitung} < nilai t_{tabel}$  maka variabel independen secara tidak mempunyai pengaruh variabel dependen (Supranto, 2019)

5. Uji F; Nilai F statistik dapat digunakan untuk mengevaluasi hipotesis bahwa apakah tidak ada variabel independen yang menjelaskan variasi variabel Y disekitar nilai rata-ratanya dengan derajat kepercayaan  $k - 1$  dan  $n - k$ . pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan rumus. Menentukan  $F_t$  dan  $F_h$  dengan kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikan 5% ( $\alpha=0,05$ ) (Dwi Priyanto, 2019) maka ;

a) Jika  $F_h > F_t$  pada  $\alpha=0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya masing-masing variabel *independen* secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

b) Jika  $F_h < F_t$  pada  $\alpha=0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ); Koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk pengukuran variasi dari variabel bebas yang menerangkan kontribusi dari *Variabel terikat*. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  tersebut terletak pada angka 0 dan 1. Yang artinya nilai tersebut mampu menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai  $R^2$  lebih kecil dari satu kemampuan variabel bebas menerangkan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  lebih besar berarti variabel bebas dapat menjelaskan perubahan variabel dependent. Beberapa kelemahan dari koefisien determinasi yaitu terjadi pembiasan dari variabel bebas yang dipergunakan dalam perhitungan. Setiap terjadi kenaikan atau penurunan pada variabel bebas maka  $R^2$  akan mengalami perubahan signifikan dari nilai  $R^2$  terhadap variabel terikat. Untuk menganalisa data digunakan program SPSS versi 25.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Responden; Deskripsi responden dalam penelitian ini dibedakan berdasarkan karakteristik jenis kelamin, usia, status perkawinan dan pekerjaan. Masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	63	79.7	79.7	79.7
	Perempuan	16	20.3	20.3	100.0
	Total	79	100.0	100.0	

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2 terkait karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, lebih didominasi oleh responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 63 responden atau sebesar 79,7%; sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 16 responden atau sebesar 20,3%.

Tabel 3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25-35	6	7.6	7.6	7.6
	36-40	38	48.1	48.1	55.7
	>40	35	44.3	44.3	100.0

Total	79	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 3 terkait karakteristik responden berdasarkan usia, lebih didominasi oleh responden yang berusia 36 – 40 tahun sebanyak 38 responden atau sebesar 48,1%; sedangkan responden yang berusia > 40 tahun sebanyak 35 responden atau sebesar 44,3%; sedangkan responden yang berusia 25 – 35 tahun sebanyak 6 responden atau sebesar 7,6%.

Tabel 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	77	97.5	97.5	97.5
D3	2	2.5	2.5	100.0
Total	79	100.0	100.0	

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4 terkait karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir, lebih didominasi oleh responden yang memiliki Pendidikan terakhir pada SMA (Sekolah Menengah Atas) sebanyak 77 responden atau sebesar 97,5%; sedangkan responden yang memiliki Pendidikan terakhir Diploma 3 sebanyak 2 responden atau sebesar 2,5%.

Tabel 5 Karakteristik Responden berdasarkan Status perkawinan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kawin	69	87.3	87.3	87.3
Belum Kawin	10	12.7	12.7	96.2
Total	79	100.0	100.0	

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 5 terkait karakteristik responden berdasarkan status perkawinan, lebih didominasi oleh responden yang berstatus kawin atau sudah berkeluarga sebanyak 69 responden atau sebesar 87,3%; sedangkan responden yang berstatus belum kawin sebanyak 10 responden atau sebesar 12,7%.

## 2. Hasil Analisis Data

### (1) Uji Validitas dan Reliabilitas

#### (a) Uji Validitas

Dalam uji validitas dalam penelitian ini peneliti menggunakan pearson correlation. Syarat pengambilan Keputusan yang digunakan dalam penelitian, Dimana nilai dari r-hitung lebih besar dari r-tabel ( $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ ) Dimana  $df = n - 2 = 79 - 2 = 77$ , dan nilai r-tabel = 0.1864.

Tabel 6 Uji Validitas

Pernyataan variable X1	r <sub>-hitung</sub>	r <sub>-tabel</sub>	Keterangan
Apakah anda puas menggunakan cat tembok merek Avian	0,355	0,1864	Valid
Apakah anda puas cat tembok Avian sangat berkualitas	0,517	0,1864	Valid
cat tembok Avian tahan lama	0,735	0,1864	Valid
Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan	0,679	0,1864	Valid
Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan	0,743	0,1864	Valid
Pernyataan variable X2	r <sub>-hitung</sub>	r <sub>-tabel</sub>	Keterangan
Apakah harga yang ditetapkan perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen	0,575	0,1864	Valid
Apakah penetapan harga berdasarkan pada kualitas barang	0,622	0,1864	Valid
Apakah harga yang dtetapkan perusahaan berbeda dengan harga pada prusahaan lain	0,692	0,1864	Valid
Apakah yang ditetapkan perusahaan membuat konsumen puas dengan kualitas produk tersebut	0,643	0,1864	Valid
Apakah ada pemotongan harga apabila konsumen membeli dalam jumlah yang besar	0,536	0,1864	Valid
Pernyataan variable Y	r <sub>-hitung</sub>	r <sub>-tabel</sub>	Keterangan
Apakah anda ingin memilih produk cat avian	0,730	0,1864	Valid
Apakah anda memilih merek cat avian dari merek cat lain	0,639	0,1864	Valid
Apakah anda memilih penyalur yang menjual cat avian	0,630	0,1864	Valid
Apakah anda membeli cat avian pada waktu yang berbeda beda	0,627	0,1864	Valid
Apakah anda membeli cat avian dengan pembayaran secara tunai	0,581	0,1864	Valid

Sumber : data diolah, 2024

Dari hasil uji statistic nilai korelasi pearson menunjukkan semua angka diatas 0,1864, kesimpulannya untuk variable X1 (kualitas produk)  $> 0,1864$  dinyatakan valid. Kemudian

variable X2 (harga) > 0,1864 dinyatakan valid, dan yang terakhir variable Y (Keputusan pembelian) > 0,1864 dinyatakan valid

(b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas peneliti menggunakan Cronbach alpha, Keputusan terhadap reliabel ataupun tidak reliabel ditentukan jika nilai Cronbach alpha > 0,60, maka instrument yang digunakan dapat dikatakan reliabel.

Tabel 7 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Hasil Uji Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,60	0,741	Reliabel
Harga (X2)	0,60	0,741	Reliabel
Keputusan Membeli (Y)	0,60	0,754	Reliabel

Sumber : data diolah, 2024

(2) Uji Asumsi Klasik

(a) Uji Multikolinearitas; Uji multikolinearitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi linear berganda, yang digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antara variable bebas atau variable independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable bebas atau tidak terjadi multikolinearitas. Dasar pengambilan Keputusan dalam uji multikolinearitas dengan tolerance dan VIF, jika nilai tolerance > 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dan jika nilai tolerance < 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Sedangkan Keputusan berdasarkan nilai VIF (Variance inflation factor) jika nilai VIF < 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi, begitupula sebaliknya.

Tabel 8 Coefficients<sup>a</sup>

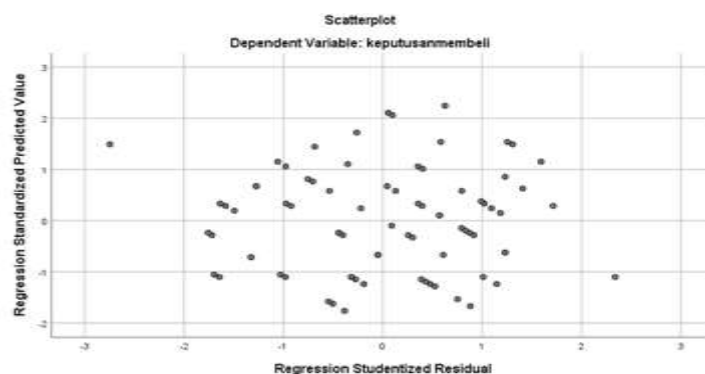
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8.710	1.937		4.497	.000		
1 kualitasproduk	.662	.092	.705	7.222	.000	.752	1.330
harga	-.064	.098	-.064	-.652	.516	.752	1.330

a. Dependent Variable: keputusanmembeli

Sumber : data diolah, 2024

Berdasarkan hasil output maka diperoleh bahwa pada tabel collinearity Statistik diketahui nilai tolerance variable kualitas produk (X1) dan harga (X2) adalah 0,752 lebih besar dari 0,10. Sementara, nilai VIF untuk variable kualitas produk (X1) dan harga (X2) adalah 1,330 < 10,00; sehingga Keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

(b) Uji Heteroskedastisitas; Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji terjadinya perbedaan variance dari nilai residual pada suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lainnya. Pedoman Keputusan berdasarkan pola scatterplots, dengan ketentuan : 1) titik-titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0; 2) titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja; 3) penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.



Sumber : data diolah, 2024

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

(3) Analisis Regresi Linear Berganda; Berdasarkan tabel 8 maka dapat dilihat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 8,710 + 0,662 X1 - 0,064X2$$

(4) Uji T (Parsial); Uji t digunakan untuk menguji hipotesis dan menunjukkan seberapa pengaruh masing-masing variable bebas secara parsial atau sendiri-sendiri dengan variable terikat. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dan t tabel, pengujian juga bisa dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi ( $\alpha = 0,05$ ) (berdasarkan tabel 8) ( $\alpha = 5\% = 0,05$ ;  $df = n - k = 79 - 3 = 76$ ,  $t$ -tabel = 1.99167

Tabel 9 Uji t

No	Hipotesis	t <sub>-tabel</sub>	t <sub>-hitung</sub>	sig	Keterangan
1	H1	1.99167	7,222	0,000	Didukung
2	H2	1.99167	-0,652	-0,516	Tidak didukung

Sumber : data diolah, 2024

Untuk hipotesis pertama (H1) karena t hitung > t tabel ( $7,222 > 1,99167$ ) dan nilai signifikansi < 0,05 maka ada pengaruh X1 (Kualitas produk) terhadap Keputusan membeli cat tembok; Sedangkan hipotesis ke 2 (H2) karena t hitung < t tabel ( $-0,652 < 1,99167$ ) dan nilai signifikansi > 0,05 maka tidak ada pengaruh X2 (Harga) terhadap keputusan pembelian cat tembok.

- (5) Uji F (Simultan); Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara Bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat Y (Keputusan pembelian); Uji F menggunakan tabel ANOVA atau F test dimana apabila F-hitung lebih besar dari F-tabel maka variabel bebas secara Bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 10 ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	149.554	2	74.777	31.847	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	178.446	76	2.348		
Total	328.000	78			

a. Dependent Variable: keputusanmembeli

b. Predictors: (Constant), harga, kualitasproduk

Sumber : data diolah, 2024

$\alpha = 5\% = 0,05$       F tabel :  $k = 2, n-k = 79-2 = 77$

didapat F-tabel = 2.72

dari hasil uji F diatas dapat dilihat bahwa F hitung  $31.847 > F$  tabel 2.72 maka terdapat pengaruh X1 (kualitas produk) dan X2 (harga) secara simultan bersama-sama terhadap Y (Keputusan pembelian), dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis ketiga di terima.

- (6) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ); Uji koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1.

Tabel 11 Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.675 <sup>a</sup>	.456	.442	1.532	1.807

a. Predictors: (Constant), harga, kualitasproduk

b. Dependent Variable: keputusanmembeli

Sumber : data diolah, 2024

Dari hasil uji  $R^2$  di peroleh nilai  $R^2 = 0,456$  yang artinya besarnya kontribusi kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama terhadap tinggi rendahnya Keputusan pembelian (Y) sebesar 45,6 %, dan sisanya sebesar 54,4 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian.

### SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa 1) Untuk hipotesis pertama (H1) karena  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $7,222 > 1,99167$ ) dan nilai signifikansi  $<$   $0,05$  maka ada pengaruh X1 (Kualitas produk) terhadap Keputusan membeli cat tembok; 2) Sedangkan hipotesis ke 2 (H2) karena  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel ( $-0,652 < 1,99167$ ) dan nilai signifikansi  $>$   $0,05$  maka tidak ada pengaruh X2 (Harga) terhadap keputusan pembelian cat tembok; 3) uji F diatas dapat dilihat bahwa  $F$  hitung  $31,847 >$   $F$  tabel  $2,72$  maka terdapat pengaruh X1 (kualitas produk) dan X2 (harga) secara simultan bersama-sama terhadap Y (Keputusan pembelian), dan nilai signifikansi  $0,000 <$   $0,05$  maka hipotesis ketiga di terima.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung, 2009 dalam Bida Sari, Estu Mahanani Jurnal STEI Ekonomi, Vol. 26, No. 02, Desember 2017
- \_\_\_\_\_, Manajemen Pemasaran dan Komunikasi Promosi, (Bandung, Alfabet 2013)
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. *The Importance of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purcese Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta.* Saudi Journal of Business and Management Studies. (2017).
- Dwi Priyatno. 5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009)
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS.* (Semarang, Badan Penerbit Undip. 2010)
- Kurniawan, A. Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22, (Bandung:

Alfabeta, 2014)

Kasmir, Kewirausahaan, Edisi Revisi, (Jakarta, Penerbit Raja Grafindo Persada, 2006)

Kotler. P dan Amstrong. G. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Indeks.2012, Friani Gloria Igir  
Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6 No. 2 Tahun 2018

\_\_\_\_\_, Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13, Jilid 1. (Jakarta Erlangga, 2007),7  
dalam Sunarti dan Teddy Chandra, Kurs : jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan  
Bisnis, Volume 4 No 1 Tahun 2019

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Marketing Management. England: Pearson Education  
Limited.* 2012, dalam Imam Kambali, Ani Syarifah, Jurnal Bisnis dan Pemasaran ISSN  
: 2087-3077 Volume 10, Nomor 1, Maret 2020

Keller, K. L. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand  
Equity. Global Edition Pearson.* 2016

Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2010)

Mowen, J.C., dan Minor, M. Perilaku Konsumen. Jilid Kedua. (Jakarta Erlangga, 2007),7  
dalam Aldi M H. Sanusi dan Samsul Rizal jurnal Jurnal Profitability Fakultas  
Ekonomi Dan Bisnis Volume 2 No 1 Tahun 2018

Nazir, Moh, Metode Penelitian, Cetakan Kelima, (Jakarta, Ghalia Indonesia,2011)

Setiadi, N. Perilaku Konsumen, Cetakan ke - 4 Edisi Revisi. (Jakarta: Kencana.2010) dalam  
Ardiansyah Japlani Jurnal Manajemen Vol. 14 No. 2 November 2020

Setiadi, N. Perilaku Konsumen. Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian  
Pemasaran. (Jakarta: Kencana.2010) dalam Roberto Purba Jurnal Mutiara Manajemen  
Vol. 4 No. 1 2019

Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.  
(Bandung, Alfabeta,2017)

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.2018

Swasta dan Handoko, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberti. 2011) dalam  
Syamsul Bahri Jurnal Visioner dan Strategis Vol. 6 No. 2 November 2017

Sudaryono, Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi, (Yogyakarta: Andi, 2016)

Tjiptono, Fandy, Strategi Pemasaran.. Yogyakarta: Andi, 2015

J. Supranto. Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Ketujuh.(Jakarta: Erlangga, 2009)

Pramudyo dalam Soehardi, Jurnal manajemen strategi dan aplikasi bisnis, volume 4  
nomor 2, 2021